Cámara de Representantes

XLVIII Legislatura

DIVISIÓN PROCESADORA DE DOCUMENTOS

Nº 983 de 2017

Carpeta Nº 1975 de 2017 Comisión Especial de adicciones

REGULACIÓN Y CONTROL DEL CANNABIS

Modificación del Decreto Ley N° 14.294

AGENCIA DE PUBLICIDAD "WILDFI", representada por los señores Felipe Pelzel y Fernando De Clemente

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 8 de mayo de 2017

(Sin corregir)

Preside: Señor Representante Luis Gallo Cantera.

Miembros: Señores Representantes Álvaro Dastugue, Gerardo Amarilla, Susana Montaner, Daniel Radío y Sebastián Sabini.

.

Invitados: Por la Agencia de Publicidad "Wildfi", señores Felipe Pelzel y Fernando De Clemente.

Prosecretario: Señor Héctor Amegeiras.

═══════II═══════

SEÑOR PRESIDENTE (Luis Gallo Cantera).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión Especial de Adicciones da la bienvenida a los representantes de la agencia de publicidad Wildfi, los señores Felipe Pelzel y Fernando De Clemente, a quienes recibimos para considerar la temática referida a la prevención del consumo de cannabis.

SEÑOR PELZEL (Felipe).- Muchas gracias por recibirnos.

En primer lugar, trataré de ponerlos en contexto en cuanto a quiénes somos. Wildfi es un grupo de innovación que pertenece a The Electric Factory y tiene quince años en el mercado. Tenemos oficinas en nueve países: Argentina, Paraguay, Chile, Panamá, Puerto Rico, Estados Unidos, China, en Shangai y Estados Unidos, en la ciudad de Nueva York, además de Uruguay.

Nuestro foco está en la comunicación e innovación. Trabajamos, básicamente, para el mercado internacional, pero con foco en Uruguay, como un *hub* para todo el mundo.

Nuestra inquietud surge porque advertimos que la mayor parte de lo que desarrollamos a nivel de comunicaciones es para vender productos -más cerveza, más mayonesa, más autos-, y nosotros tratamos de destinar un porcentaje de nuestro tiempo a cuestiones que realmente hagan la diferencia y que sean de índole social. Por nuestra cultura y por la cantidad de jóvenes que tenemos en las oficinas -aproximadamente ciento cincuenta personas-, nos pareció interesante trabajar sobre la temática del cannabis, de la marihuana, sobre todo apuntando a lograr una concientización distinta. La idea era asegurarnos que la prevención estuviera presente cada vez que se la utilizara.

Como ustedes saben, en el año 2013 se aprobó la ley que legalizó el consumo de marihuana en nuestro país. Hay mucha información con respecto al tema. Más allá de las políticas o las visiones que cada uno pueda tener, siempre queda la duda de si el consumo hace bien o mal. Esto puede ser variable y subjetivo, dependiendo de la fuente, pero hay realidades que son absolutas, por ejemplo, ciertos momentos del consumo. Nadie puede negar que si una mujer está embarazada no debe fumar marihuana, o que si una persona va a conducir, es mejor que no la fume. Lo mismo si se trata de un estudiante o de una persona que está en el trabajo o en otras ocasiones en las que es mejor no consumir la droga. Siempre que podamos, vale la pena concientizar sobre ese aspecto.

Al mismo tiempo, entendimos que por el tipo de uso que se hace de la marihuana, la prevención no necesariamente se puede llevar a cabo a través de una campaña en los medios masivos que, obviamente, por una cuestión de recursos, no dura todo el año o está presente todo el tiempo. A su vez, hay mucha gente que no estará en contacto con los productos que sí llevan la advertencia, como los que se venden en las farmacias o en los clubes cannábicos, porque la mayoría está en el autocultivo.

A partir de esta inquietud nos planteamos qué es lo más común que utilizan todos los consumidores y que sí o sí tienen en el bolsillo, comparten y forma parte de esa cultura del consumo. Entonces, nos dimos cuenta que había algo que nunca se había hecho a nivel mundial: la regulación de las hojillas. El 95% de las hojillas se utilizan para el consumo de marihuana. Obviamente, hay un porcentaje que es para tabaco, pero la realidad es que hoy nadie puede autocultivar tabaco. Por lo tanto, cada vez que alguien acceda al tabaco recibirá el mensaje de seguridad que está en el envase. Nos pareció que a través de las hojillas se podía llegar a ese mensaje de prevención.

Así llegamos al concepto de “hojilla responsable”. Así como en su momento el tabaco empezó a llevar un mensaje de restricción en su envase, al igual que el alcohol y la mayoría de las drogas, nos parecía que con la marihuana no iba a suceder lo mismo. Entendimos que podía ser importante que este mensaje estuviera en el paquete de hojillas, que siempre está presente en el grupo de amigos en el momento del consumo, a fin de lograr una concientización. No planteamos un mensaje agresivo, que busque el ataque al consumo, sino la concientización, considerando verdades absolutas, porque más allá de que alguien esté a favor o en contra del consumo, no puede negar -como decíamos- que una embarazada no debe consumir, que no se debe consumir frente a los niños y otro tipo de mensajes que desde el Gobierno ya se están dando a conocer.

Básicamente, ese es nuestro planteo. No buscamos nada complejo. Simplemente, apuntamos a un artículo que hoy se ve prácticamente como una pieza de arte, porque en las tiendas o autoservicios lo muestran en los *stands* como una pieza linda, de diferente color y diseño, pero que en realidad no es más que el utensilio para consumir una droga.

Nos pareció que en ese camino de marcar una tendencia que está siguiendo Uruguay, se podría hacer lo mismo con relación a las hojillas.

SEÑOR DE CLEMENTE (Fernando).- Este planteo surge, principalmente, de la observación de que no siempre estamos frente a una campaña publicitaria, con mensajes en las paradas de ómnibus o carteles en la vía pública o en la televisión. Creemos que se puede aprovechar la oportunidad de hacer llegar el mensaje a través de algo que está todo el tiempo en el bolsillo de la persona que fuma. El mensaje en las hojillas impacta al fumador en el momento adecuado: no esperamos que recuerde una campaña que informa que fumar en ciertos momentos le hará mal, sino que le damos el mensaje en el momento en que va a fumar. Esa es la gran diferencia; esa en la innovación. No vamos a crear ningún medio, sino a aprovechar el medio que ya existe, que son las hojillas que están todo el tiempo en el bolsillo. Ese es el gran diferencial; el recurso ya está y se recibiría el mensaje en el momento más oportuno.

SEÑOR SABINI (Sebastián).- Quienes nos visitan ya estuvieron en mi despacho y me presentaron esta idea, que me parece muy buena.

Comparto la visión en cuanto a la necesidad de generar conciencia sobre los momentos en los cuales el consumo puede ser mucho más riesgoso. Es importante que estos mensajes sean sencillos, claros, que ayuden al usuario a ubicarse en el lugar y el momento en que están consumiendo.

Además, es una propuesta de bajo costo que sería permanente.

Quiero aclarar a los miembros de la Comisión que ellos están haciendo una propuesta en carácter de ciudadanos, más allá de que formen parte de una empresa. Esta exposición que hemos escuchado no tiene nada que ver con lo comercial. Simplemente son ciudadanos que hacen un aporte. Los invitamos porque pensamos que era una buena oportunidad y que lo que están planteando es sumamente razonable.

Quizás esta idea que han planteado se pueda concretar, ya sea desde la Junta Nacional de Drogas o a partir de un proyecto de ley, como una política razonable y amigable hacia los usuarios. Varias veces hemos visto en las cajillas de cigarros mensajes que no tienen la característica de amigables. Estoy convencido de que la pedagogía del miedo no funciona. Este tipo de propuestas, desde el punto de vista pedagógico, es más respetuoso de las decisiones de las personas.

Les agradezco que se hayan tomado el tiempo de venir hasta acá a presentarnos la idea. Es una actitud cívica muy buena. Creo que a nosotros, como legisladores y

promotores de políticas, nos da insumos para seguir avanzando en una política de regulación, que sea responsable, como hemos defendido.

SEÑOR RADÍO (Daniel).- Discrepo con el señor diputado Sabini, porque entiendo que la pedagogía del miedo funciona; por eso estoy en contra. La pedagogía del miedo funcionó en el caso del tabaco. Me parece que es lamentable, porque es irrespetuosa de los derechos de la gente; es penoso que asusten a la gente. Muchas veces me he manifestado en contra de esto. Soy el único diputado de este país que está en contra de los pictogramas en las cajillas de cigarros, porque entiendo que la gente no debe fumar si quiere y tiene que fumar si quiere y no porque le tenga miedo a la caja, no porque la caja de cigarros muerda.

Saludo la idea que nos han presentado; me parece muy buena. La gente tiene que estar informada. Si lo es, en todo caso, no tengo que promover esa percepción; tengo que apostar a que la gente razona, a que es inteligente y puede acompañarnos en las reflexiones que hagamos, independientemente de que después, por el miedo, se hagan funcionar vaya uno a saber qué circuitos neuronales en la gente y, a partir de allí, se consigan determinadas conductas, lo cual no me parece deseable; es irrespetuoso.

SEÑORA MONTANER (Susana).- Los insumos son muy importantes, sobre todo los de comunicación. Creo que la prevención, la educación y la comunicación forman el eje fundamental de la libertad de los ciudadanos para que luego, con el conocimiento suficiente, puedan optar si quiere consumir; solamente el conocimiento les va a dar la libertad.

Según lo dicho por el señor diputado Sebastián Sabini, ustedes no fueron contratados formalmente. ¿Se trata solo de un proyecto que vienen a comunicar a la comisión?

SEÑOR PELZEL (Felipe).- Nosotros no pretendemos generar un derecho sobre este proyecto. Lo único que nos interesa es que salga porque creemos que es algo propaís y prociudadanos; esto es algo que hoy no se tiene en cuenta. Es más: no existe un país en el mundo donde se regulen las hojillas, y eso es un poco contradictorio porque únicamente se usan para el consumo de drogas.

Como somos apasionados por la comunicación, pretendemos combinar esto con la idea de ayudar, concientizar y educar. Queremos generar una especie de diferencial, y eso es lo único que persigue esta propuesta. Acá no hay ningún interés monetario de por medio.

SEÑORA MONTANER (Susana).- Por lo que veo, ustedes no están contratados por el Gobierno.

Quiero agradecer este aporte y, entre todos, ojalá podamos llegar al gran ideal: que todo el mundo esté informado el día que va a consumir drogas. Creo que los jóvenes -y los no tan jóvenes- no tienen mucho conocimiento de esta cuestión.

Yo soy una persona que ama la libertad y que cree que ella se basa en el conocimiento. Si dejamos libre a una persona, pero no sabe lo que significa ingerir determinados productos -cocaína, marihuana, etcétera-, la libertad se limita; a veces, se deja llevar por las modas o por lo que dicen los amigos. La persona debe actuar según su deseo, a pesar de conocer las consecuencias.

SEÑOR AMARILLA (Gerardo).- Estoy en las antípodas del proyecto de ley y de la estrategia de reducción de daños; creo que el camino no va por ahí.

Si uno analiza la campaña, objetivamente hasta puede ser interesante, pero insuficiente. Es como que en las cajillas de los cigarrillos aparezca un cartel que diga: “No fume en el baño del avión” o “No fume en lugares cerrados”. Creo que es insuficiente e ingenuo si uno se plantea enfrentar de esta forma el problema que generan las adicciones. Quizás deberíamos pensar también en una campaña de jeringas responsables, buscando cierta lógica en las personas que se inyectan determinadas sustancias y dándoles advertencias sobre los cuidados que deberían tener.

Yo pensé que íbamos a recibir la campaña que el Poder Ejecutivo estaba anunciando por algunas redes. No digo que esta propuesta no sea importante o interesante, pero nos parece que no está en sintonía con la manera en que pensamos que deberían afrontarse el consumo complicado de sustancias en el país. Creo que una campaña vinculada con la política de reducción de daños aumenta el consumo.

Creo que esto es insuficiente porque está vinculado solo con momentos y porque no alerta sobre los demás problemas que genera la marihuana; no alerta sobre la vinculación de la marihuana con otras sustancias. No quiero que ustedes hablen de ello porque esta es una propuesta voluntaria; se la reclamo al Poder Ejecutivo.

Por lo que entendí, la empresa tiene presencia en varios países y se realizaron varias campañas sociales. ¿Cuáles son esos trabajos?

SEÑOR PELZEL (Felipe).- Más allá del mensaje, estamos buscando un medio y una oportunidad. Mientras más puntos de contacto haya para influir en las personas, la influencia será mejor. Hoy, el mensaje es con esa tonalidad, pero podría ser otro. Podría ser hecho por la ciudadanía o por familiares que sufren la adicción. Queremos transformar la hojilla en un canal para dar el mensaje.

Con respecto a las campañas a nivel social, hemos trabajado para Médicos Sin Fronteras para Argentina y Uruguay, para Unicef, para Un techo para mi país, para *For the animals*, organización que busca la seguridad y el cuidado de los animales. También se trabajó en campañas a nivel privado de responsabilidad social. Ahora, estamos sacando una campaña para Pernod Uruguay enfocada en cómo prevenir la venta de alcohol a menores. Lo que hicimos -va a salir en unas semanas- fue agregar una etiqueta al código de barras para que los vendedores deban sacarla obligatoriamente antes de vender el producto; allí se incluyen ciertas preguntas y consejos. La idea es no vender alcohol a menores. ¡Ojalá pudiésemos hacer más campañas! Aclaro que esto es *pro bono*; no hay ninguna retribución por esto.

Nos dedicamos a llegar a las personas. Si uno suma como marca, cualquier mensaje con las personas será más eficaz.

SEÑOR SABINI (Sebastián).- Nosotros recibimos una propuesta particular que no busca resolver todos los problemas de la prevención; debemos leerla en ese contexto. Luego, deberíamos discutir si el mecanismo es un proyecto de ley o una reglamentación.

Creo que, con las herramientas actuales, el Poder Ejecutivo podría desarrollar una campaña sin ningún cambio normativo. Quizá sea conveniente enviar la versión taquigráfica a la Junta Nacional de Drogas para que pueda evaluar la posibilidad que aquí se plantea.

Como aquí se planteó el tema de las jeringas, debo decir que en Europa, en los años ochenta y noventa, se hizo una regulación, porque parte del problema de los usuarios de heroína era que se trasmitía el HIV. Entonces, se hizo una campaña en España y en los países escandinavos que consistió en dar jeringas a los usuarios, y ello

redujo la prevalencia del HIV. En materia de drogas no descarto ninguna regulación, particularmente pensando en la salud de la gente.

Por supuesto que comparto lo planteado por el señor diputado Daniel Radío; las personas están ejerciendo su libertad cuando consumen drogas. Cuando digo que no estoy de acuerdo con la pedagogía del miedo, lo digo desde el punto de vista educativo y no solo por los efectos. Creo que si se redujo el consumo del tabaco no fue por esa campaña; es una percepción personal. Además, creo que es una campaña que violenta innecesariamente a las personas. Por lo tanto, hay otros legisladores que entendemos que no es conveniente; está enmarcada en una cuestión de regulación del tabaco. Esa fue la política que se promovió: regular las drogas, el tabaco y la marihuana. En breve, va a ingresar un proyecto de ley para regular el alcohol; esperamos que sea un avance.

Propongo que se envíe la versión taquigráfica a la Junta Nacional de Drogas. Si fuera necesario, podríamos invitar a los señores legisladores que quieran a firmar un proyecto relativo a este punto en particular. Creo que los aportes de la sociedad civil para los señores legisladores son muy importantes. En este caso, se trata de una propuesta válida; si tienen el respaldo de varios partidos, mucho mejor.

SEÑOR RADÍO (Daniel).- Aquí la idea es generar un vehículo; me parece amigable.

Me sorprende en este país que haya gente que busque cuestiones amigables para los consumidores, y me gusta. Me parece una buena idea el vehículo; el contenido o la frase la pensarán los responsables. Eso será independiente del espíritu más o menos represor que cada uno pueda darle.

SEÑORA MONTANER (Susana).- Me gustaría pensar la seria propuesta del señor diputado Sebastián Sabini. Quisiera llevarla a la bancada de mi partido para saber qué tipo de respaldo tenemos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Creo que fue una muy buena experiencia recibir esta iniciativa por parte de ustedes, y los felicito. Pensar siempre es una cosa buena e informar también.

¡Qué contrasentidos tiene la vida! Las campañas de publicidad son para vender a la gente el producto por el cual se contrata a la agencia de publicidad. Y en este caso el Poder Ejecutivo, precisamente, encara la campaña no promoviendo el consumo, sino advirtiendo sobre sus efectos. La propuesta que presenta la delegación va en ese sentido.

Comparto con los señores diputados Radío y Sabini la agresividad de los mensajes que se trasmiten en las cajillas de cigarrillos. No hay duda que la baja en el consumo del cigarrillo, sus enfermedades prevalentes no están vinculados directamente a la campaña de publicidad, sino a aspectos culturales que se van generando en la sociedad sobre los efectos adversos que provoca su consumo.

Me parece que la publicidad tiene que ser amigable. El vehículo de las hojillas saludables no solamente tiene que ser para el cannabis, porque uno, que vive en el interior y conoce bastante el campo, sabe que el uso de las hojillas está muy vinculado al consumo del tabaco. La idea de las hojillas saludables no solamente tiene que focalizarse al cannabis, sino también a las hojillas de tabaco común.

Felicito a la delegación por la iniciativa. Y, como propuso el señor diputado Sabini, es oportuno que la versión taquigráfica de esta sesión sea enviada a la Junta Nacional de Drogas.

Creo que tenemos instrumentos como para poner en práctica esta idea, no precisamos ley. Tenemos que asesorarnos jurídicamente para saber si es necesaria una ley que complemente esta propuesta o si con las herramientas que tenemos puede implementarse.

Los aportes han sido muy buenos.

SEÑOR PELZEL (Felipe).- Agradecemos el tiempo que dispusieron para escucharnos; para nosotros es importante que legisladores nos reciban. Obviamente, a la hora de llevar un mensaje a la sociedad pueden contar con nosotros para cualquier iniciativa o inquietud sin ningún fin político, sino para beneficiar a las personas; lo haremos con gusto así como tomar el desafío de concientizar sobre equis causa o hasta cómo amigarse con la policía. Somos parte de este país, lo que nos enorgullece, por lo que cualquier cosa que tenga que ver con fines sociales nos encuentra dispuestos.

SEÑORA MONTANER (Susana).- Agradezco la presentación de la delegación, más cuando se trata de jóvenes inmersos en un tema tan importante porque es de mucha ayuda.

(Se retiran de sala los representantes de la agencia de publicidad Wildfi)

SEÑOR PRESIDENTE.- Siendo esta la primera sesión luego de la elección de presidente y amén de que obviamente cada legislador tiene la libertad de proponer los temas más diversos vinculados a la materia de esta Comisión, a mi entender tenemos que focalizar el trabajo en dos aspectos. En primer lugar, proponer -como cualquier integrante- objetivos para que la Comisión trabaje. Ya estamos en el tercer período y como trabajo productivo la Comisión aprobó el proyecto de cero alcohol y el de conmemorar el Día Nacional del Consumo Problemático de Alcohol. Pero los integrantes de esta Comisión tenemos un desafío muy importante: con el presidente de la República, en una comisión multisectorial, estamos trabajando en un proyecto amplio sobre el consumo problemático del alcohol. Estamos en la fase de culminación de ese trabajo, elaborado con asesores de los distintos legisladores, en este caso, con la señora diputada Montaner y el señor diputado Dastugue, que integran la comisión multisectorial que preside el presidente de la República. Seguramente, a mediados de junio o principios de julio esta comisión multisectorial invitará a los directorios de cada uno de los partidos políticos para presentar el trabajo que se hizo durante este tiempo. El Poder Ejecutivo enviará ese proyecto a la Comisión para analizarlo; como bien siempre dice el presidente de la República, es un insumo que el Poder Ejecutivo, con el acompañamiento que los legisladores, trae pero respecto del cual luego el Parlamento tiene la libertad de modificar, cambiar, etcétera. Ese trabajo, desde que llegue el proyecto hasta el final de este período, será muy interesante para esta Comisión.

Y el otro tema que personalmente me preocupa y que la Comisión tiene la obligación de abordar es el del cannabis medicinal. Invito a los diputados a que elaboren una nómina de delegaciones a citar a esta Comisión, por ejemplo, la Facultad de Medicina, la Facultad de Química, el Sindicato Médico del Uruguay -que tiene una comisión específica para el estudio de este punto-, al Ministerio de Salud Pública, a la Junta Nacional de Drogas, como para empezar a estudiar el tema en profundidad y ver qué impulso podemos promover. Si bien todo está transitando por los carriles normales -estamos culminando la última etapa de reglamentación de la ley: ahora el registro de consumidores de cannabis y en julio, la venta en las farmacias-, queda una rama a mi juicio fundamental e imprescindible como es el cannabis medicinal.

Propongo como otro eje de trabajo de la Comisión el del cannabis medicinal, sin perjuicio de los proyectos que cada legislador presente.

Esos son los dos ejes fundamentales de trabajo que propongo.

SEÑOR RADÍO (Daniel).- La ley de regulación del cannabis ya incluye su aspecto medicinal. Lo que ocurre es que esta cuestión está trancada en el Ministerio de Salud Pública. No sé estimar si los tiempos son extensos o no. Me parece bien que averigüemos más acerca del tema y. eventualmente. dialogar con el Ministerio de Salud Pública. Considero que en la misma medida que todo lo otro está en marcha, esta cuestión se destrabará.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

SEÑOR AMARILLA (Gerardo).- Estoy de acuerdo con la propuesta planteada por el presidente de la Comisión, así como también en que. más allá de lo que se trabajó fuera del ámbito parlamentario, hay que hacer un estudio profundo de ambos temas.

Proponemos, si fuera posible, ingresar para el próximo lunes el proyecto que presentamos junto con los diputados firmantes, para incluirlo en la agenda parlamentaria.

SEÑOR PRESIDENTE.- Así se procederá.

No habiendo más asuntos, se levanta la reunión.

===/